

## **ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПОДХОД ПРИ ОБУЧЕНИИ УСТНОЙ РЕЧИ**

Л. Н. Лазаренко, доцент, к.пед.н, ГВУЗ «ПГТУ»

Одна из задач обучения иностранному языку в неязыковом ВУЗе на младших курсах предполагает развитие у студентов элементарных навыков общения. Она может осуществляться через отбор определенных ситуаций в реальных условиях общения. При этом необходимо определение тематики в рамках своей специальности, с одной стороны, и отбор определенного словаря и грамматического материала для развития навыков устной речи, с другой.

Проблема отбора разговорных тем имеет важное значение для формирования коммуникативных умений у студентов для своей будущей специальности. Тематический подход позволяет отобрать необходимый языковой материал, который должен быть упорядочен путем отнесения его к определенной теме. Ситуативный подход ставит целью научить студентов речевому поведению в ситуациях, близких к его будущей специальности. Важное значение при этом имеет сама ситуация, создающая условия для коммуникативного высказывания, стимулируя речь студента на иностранном языке, мотивируя его к обучению, смысловым содержанием которого является тема.

Необходимо пропустить отбор темы через соответствующие ситуации общения, типичные для ее использования и определить, как тема реализуется в конкретной ситуации. Это и будет практическим решением вопроса о взаимодействии отобранных тем и ситуаций при обучении устной речи на иностранном языке.

## **ЕРГОНІМИ ЯК МОВНІ НОСІЇ ІНФОРМАЦІЇ**

О. М. Сидоренко, доцент, к.філол.н., ДВНЗ «ПДТУ»

Матеріалом для утворення ергонімів є різні форми слів (з прийменниками та без них), словосполучення (прості та складні), різноманітні оніми, а також апелятиви – як самостійні, так і в різних комбінаціях з іншими словами. Особливістю корпусу ергонімів є, з одного боку, розмаїття засобів і прийомів їхнього творення на базі ресурсів рідної мови, з іншого боку – активна інтеграція іншомовних слів, елементів, висловів в ергонімний простір Донецького регіону. Формування ергонімної системи підпадає під вплив низки чинників: природного (географічного, кліматичного), історичного, політичного,

ідеологічного, етнічного, культурного, економічного. Чинники, які формують ергонімний пласт лексики, також беруть участь у формуванні свідомості реципієнта шляхом побудови послідовного асоціативного сприйняття об'єктів та їхніх історичних і культурних зв'язків із суспільством. У назвах віддзеркалюються зміни соціальних відношень у суспільстві, його матеріальної і культурної бази, національного устрою. Ергоніми – дуже неоднорідний пласт лексики, де органічно переплітаються природні та штучні утворення. Природні назви утворюються з національного й інтернаціонального мовного матеріалу. Штучні є результатом фантазії творців, вони можуть бути утворені як з дотриманням усіх норм літературної мови, так і з їх порушенням. Для іменування державних об'єктів назви можуть бути стислими та звичайними, для об'єктів приватної власності використовується цілий арсенал лексичних одиниць (фантазійні, романтичні, вишукані, потішні, заманювальні), які орієнтовані на всі прошарки користувачів. Основний пласт ергонімії становлять загальноновживані слова, поширені і за межами досліджуваного регіону. Широко застосовуються також ергонімні одиниці, територія розповсюдження яких обмежена регіоном; вони містять такі ключові слова, як *Азов, Донбас, Донецьк* та їхні похідні. У перехідний період становлення української мови як державної, а також на фоні зростання популярності англійської мови як міжнародної назви бізнес-структур стали передаватись однією з цих трьох мов або дублюватися двома мовами водночас.

Значна частина ергонімів, як й інших власних назв, належить до природної мови, хоча зафіксовано й штучні утворення. Функціональний вияв ергонімікону Донеччини характеризується наявністю ядра та периферійних зон. Ядро становлять ергоніми, які мають статус загальноприйнятих та загальновідомих номенів, що давно й міцно увійшли до мовної картини мешканців регіону як невід'ємні її складові. Це назви великих об'єктів виробничої сфери, торгівлі, банків, вищих навчальних закладів тощо, які здатні забезпечити собі рекламу (металургійні комбінати *імені Ілліча* та *«Азовсталь»*, кондитерська фабрика *«АВК»*, *Перший Український міжнародний банк*, *Приазовський державний технічний університет*), а також великі супермаркети, які мають розвинену мережу в Донецькій області та Україні (*«Фокстрот»*, *«Наш край»*, *«Велика кишеня»*, *«Обжора»* тощо). Периферійна зона ергонімікону Донеччини вміщує назви невеликих об'єктів місцевого значення: фірми, приватні підприємства, агенції нерухомості, освітні комерційні

установи, невеличкі крамниці (ательє «Рубин», бар «Нектар», дитячий комбінат «Искорка», крамниця «Север»).

Вплив позалінгвальних чинників, а саме: історичних, економічних, культурних, вніс певні зміни в номінаційні процеси. Глобальні історичні події зумовили класифікацію періодів формування ергонімікону – дореволюційний, післяреволюційний, передвоєнний, післявоєнний, соціалістичний і сучасний. Основна частина функціонованих назв з'явилася на рубежі XX-XXI століть.

Цей шар лексики перебуває в постійному русі: закриття одних об'єктів та поява нових зумовлює безперервне оновлення цього класу слів, поповнення його новими елементами, певна частина яких з часом переходить до розряду частотних лексичних одиниць. Акт номінації супроводжується юридичною фіксацією назви за певним об'єктом. Подібні назви необхідно утворювати так, щоб вони передавали певну ідею. Слід ураховувати ергонімічний матеріал, який уже є в наявності, щоб уникнути повторень, використовувати вдалих та враховувати невдалих досвід конкурентів, прагнути відповідати бажанням клієнтів, вивчивши звички та смаки споживачів, прогножуючи асоціації, які викличе назва.

## **МОТИВАЦИЯ КАК ФАКТОР, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

И. В. Барабаш, ст. преподаватель, ГВУЗ «ПГТУ»

В последние годы резко возросло значение дисциплины «иностранный язык» в системе подготовки специалистов в высшей технической школе. Бесспорно, владение, как минимум, одним иностранным языком (прежде всего, английским) значительно повышает карьерные и научные перспективы выпускников, открывает большие возможности для их культурного и духовного роста. Иными словами, иностранный язык стал одним из атрибутов современного образованного человека. Казалось бы, этот факт должен напрямую выражаться в значительном повышении мотивированности учебной деятельности студентов на занятиях иностранного языка. Однако, опыт показывает, что это далеко не так.. Даже новейшие учебные материалы и современные технологии обучения, используемые преподавателями, могут «буксовать», не давать желаемого результата, если только они не согласованы с «мотивационной матрицей» обучаемых ими студентов.

Учебная мотивация студента зависит от ряда факторов, а именно: особенностей обучаемого (пол, возраст, уровень интеллектуального